Trainieren ist Silber, Führen ist Gold

Wenn Führungskräfte ihre Mitarbeiter zum Sieg begleiten, profitiert das ganze Labor. Experte Stefan Häseli gibt Tipps für den Weg zum Erfolg.

© Jirsak/Shutterstock.com

Sportliche Großereignisse können es. Chefs und Führungskräfte im zahntechnischen Bereich sollten es auch können. So wie erstgenannte die Massen einen, sollten auch Mitarbeiter sich mit den Leistungen ihres Dentallabors identifizieren, sich damit brüsten, stolz darauf sein, am Erfolg mitgewirkt zu haben – im Idealfall inklusive allgemeiner Anerkennung.

Regelmäßig wecken sportliche Großereignisse große Gefühle. Wirgefühle. Man ist stolz auf sein Land, auf seine Rekordhalter, auf seinen Weltmeister, auf seinen Olympia-Goldmedaillen-Gewinner. Je nach Sportart eint das Siegerpodest die Massen oder auch nur einen kleineren Kreis um einen erfolgreichen Athleten, weil er oder sie vielleicht aus seiner Region, seiner Stadt kommt. Die Siegestrophäen leuchten wie Sonnen, deren Strahlen uns berühren. Und mit Stolz wird verkündet, was den Sieger mit einem selbst verbindet – sei es der Wohn- oder Geburtsort, der einmal besuchte Kindergarten oder die Mitgliedschaft beim örtlichen Sportverein, aus dem sich der Sieger mit Fleiß und Ausdauer nach ganz oben trainierte.

Imagefaktor Mitarbeiter

Vor diesem Hintergrund sollte es die hehre Aufgabe von Chefs und Führungskräften sein, dafür zu sorgen, dass die Mitarbeiter eines Dentallabors ähnlichen Stolz empfinden und nach außen bekennen. Doch wie kann das gelingen? Zahntechnische Führungskräfte sind dem Erfolg des Labors verpflichtet. Und der drückt sich nun mal in Zahlen aus. Also wird angeordnet, was zu tun ist, damit diese erreicht werden. Und damit basta! Doch was gestern vielleicht noch so funktionierte, also das hierarchische Management, wird in dieser Form zunehmend infrage gestellt. Digitalisierung und eine Marktdynamik mit immer weniger Stabilität und Berechenbarkeit erfordern neue Denkansätze. Einer davon ist es, die Menschen stärker einzubeziehen. Die Menschen – Zahnärzte wie Patienten – als Empfänger des Laborangebotes, als Nutzer von Serviceleistungen. Vor allem aber auch die Menschen, die das Labor ausmachen: die eigenen Mitarbeiter. Denn erst sie und ihre Arbeit lassen ein Labor funktionieren. Sie stellen Produkte und Leistungen her oder ersinnen und verbessern sie. Warum sollten diese Menschen, ohne die ein Dentallabor gar nicht existieren würde, nicht auch als Botschafter nach außen wirken?

> „Erst die Mitarbeiter lassen ein Labor funktionieren. Sie sind das Gesicht des Labors. Das gilt im Kontakt mit Zahnärzten und Patienten ebenso wie am Stammtisch oder auf einer Internetplattform."

Führen heißt kommunizieren

Ganz neu ist diese Idee nicht, aber sie funktioniert! Unabdingbar dabei ist, dass die Mitarbeiter – ob im zahntechnischen Bereich oder im kaufmännischen Sektor – durch gute Kommunikation in das unternehmerische Denken eingebunden werden. In welchem Maße und auf welche Art und Weise das geschieht, hängt natürlich immer auch von der individuellen Position ab. Ein Teamleiter, der selbst bereits eine Führungsaufgabe wahrnimmt, muss detailliertere Informationen bekommen als eine Aushilfskraft. Aber auch diese wirkt als Rädchen im Getriebe und darf nicht nur als Kostenposition geführt werden. Egal an welcher Stelle einer Organisation sich ein Mitarbeiter befindet, mit Bevormundung und Kontrolle allein lässt sich niemand motivieren. Gestehen Führungskräfte ihren Leuten dagegen im Rahmen der jeweiligen Situation gewisse Handlungsspielräume zu und gewähren Einblick in größere Zusammenhänge, unterstützt dieses Vertrauen die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Ähnlich wie im Sportverein sorgt eine gut strukturierte Aufgabenverteilung für Ordnung im System und schafft für den Einzelnen ein angenehmes Trainingsklima in einer entspannten Umgebung.

Von innen nach außen

Unternehmenskommunikation nur nach außen funktioniert nicht. Damit sie wertvoll wird, muss sie von innen her – direkt aus dem Labor – wirken und „ausstrahlen". Das was nach außen fühlbar ist, kommt von innen, von der Mitte und schwillt konzentrisch an. Wer Ruhe ausstrahlt, kennt keinen Aktionismus. Wer um den Wert seiner Arbeit und deren Anerkennung weiß, steht und bekennt sich dazu. Ein übrigens noch zu oft unterschätzter Aspekt. In Zeiten von Social Media sind es nicht nur hoch qualifizierte Fachkräfte, die ihre Eigenmarke damit aufbauen und pflegen. Sie profitieren im Netz von der positiven Reputation. Im Umkehrschluss sollte jedem Dentallabor daran gelegen sein, von diesem positiven Image, das seine Mitarbeiter öffentlich darstellen, zu partizipieren und diese an sich zu binden. Die Mitarbeiter sind das Gesicht des Labors. Das gilt im Kontakt mit Zahnärzten und Patienten ebenso wie am Stammtisch oder auf einer Internetplattform – wo sie sich nicht nur mit ihren Kompetenzen und Leistungen für das aktuelle Labor präsentieren, sondern sich auch potenziell neue Chefs umschauen … falls es das eigene Labor nicht schafft, die sportliche Begeisterung weiterzugeben.

Image durch Wertschätzung

Eine bekannte Marke allein ist kein Garant, dass sich die Mitarbeiter mit ihrem Labor identifizieren. Auch groß angelegten Imagekampagnen ist nur wenig Erfolg beschieden, fehlt der Unterbau. Ob Zwei-Mann-Labor oder Filialunternehmen – das Fundament der Glaubwürdigkeit liegt in der Ehrlichkeit und Wertschätzung. Deshalb sollte die zahntechnische Qualifikation von Führungskräften im Labor unbedingt mit sozialer Kompetenz gekoppelt sein. Wie beim Sport gilt: Nur wenn das soziale Miteinander gelingt, wenn der Trainer es schafft, Zugang zu den Athleten zu finden, sie anzusprechen, zu lenken und für ein gemeinsames Ziel zu begeistern, kann er sie zum Erfolg führen.

Mitarbeiter = mitarbeiten

Schon im alltäglichen Umgang mit Mitarbeitern können Füh-

ANZEIGE

rungskräfte jeder Ebene – also auch der Chef des Labors höchstpersönlich – zu diesem Erfolg beitragen. Im Gegensatz zum devoten Untergebenen besteht ja schon der Begriff Mitarbeiter aus „mitarbeiten“. Mitarbeiten mit eigenen Gedanken, mit eigenem Antrieb und auch mit eigener Verantwortung verschafft dem Mitarbeiter ein Mehr an Zufriedenheit und allen im Team Entlastung. Werden Mitarbeiter bei Entscheidungen hinzugezogen, um ihre Meinung befragt, stärkt dies nicht nur deren Ego – aus der anderen Sichtweise kann sich eine Diskussion und womöglich Neues entwickeln – oder eben auch nicht. Es geht nicht um Basisdemokratie, sondern darum, miteinander ein Ziel zu erreichen.

© Syda Productions/Shutterstock.com

K(l)eine Selbstverständlichkeiten

Lob und Anerkennung auszusprechen, kostet nichts (darf sich aber zwischendurch auszahlen) – während nicht honorierter Einsatz in Frustration und Verweigerung umschlagen kann. Fehler passieren nur dort nicht, wo nichts passiert. Und passiert einer, ist er meist wieder zu beheben und sollte nicht überbewertet werden. Zielführender wirkt faire Kritik. Wie sonst sollen sich Mitarbeiter orientieren und es beim nächsten Mal besser machen? Das kann übrigens auch der Chef, denn als solcher ist man ja vor Fehlern keineswegs gefeit. Einen Fehler zuzugeben ist leichter, als ihn zu vertuschen. Vor allem kommt solche Ehrlichkeit seiner Vorbildfunktion zugute.

Mitarbeiter als Multiplikatoren

Sich im Glanze anderer zu sonnen, mag zwar vordergründig angenehm sein, doch hat dieser kurzlebige Ruhmestausch gleichzeitig etwas von schmarotzen. Ist es dagegen die selbst erbrachte Leistung bzw. der persönliche Anteil am Erfolg, der das Licht hervorruft, verschwindet der schale Beigeschmack. Mitarbeiter, die mit Freude und Ausstrahlung den Ruf ihres Labors nach außen tragen, sind Botschafter und Multiplikatoren, deren Glaubwürdigkeit erheblich höher liegt als die einer Kampagne.

In Zeiten vergleichbarer Produkte und Leistungen ist das Entscheidende die Überzeugung derjenigen, die dahinterstehen. Ihr Engagement und ihre Begeisterung können zum Erfolgsfaktor für eine Marke oder ein Image werden. Nicht zuletzt aber liegt der Schlüssel für diesen Erfolg darin, dass Führungskräfte im Labor die Leistungskapazität ihrer Mitarbeiter mobilisieren können sowie in ihrer Stärke, unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse zu koordinieren – eine Fähigkeit, mit der auch Trainer von Mannschaftsportarten ausgestattet sein müssen.

Ob beim Sport oder in der Zahntechnik: Positive Ergebnisse entstehen durch das Zusammenwirken vieler. Ein sportlicher Anspruch an Führungskräfte also, in jedem einzelnen Mitarbeiter auch einen Imageträger für das Dentallabor zu sehen. ZT

Infos zum Autor

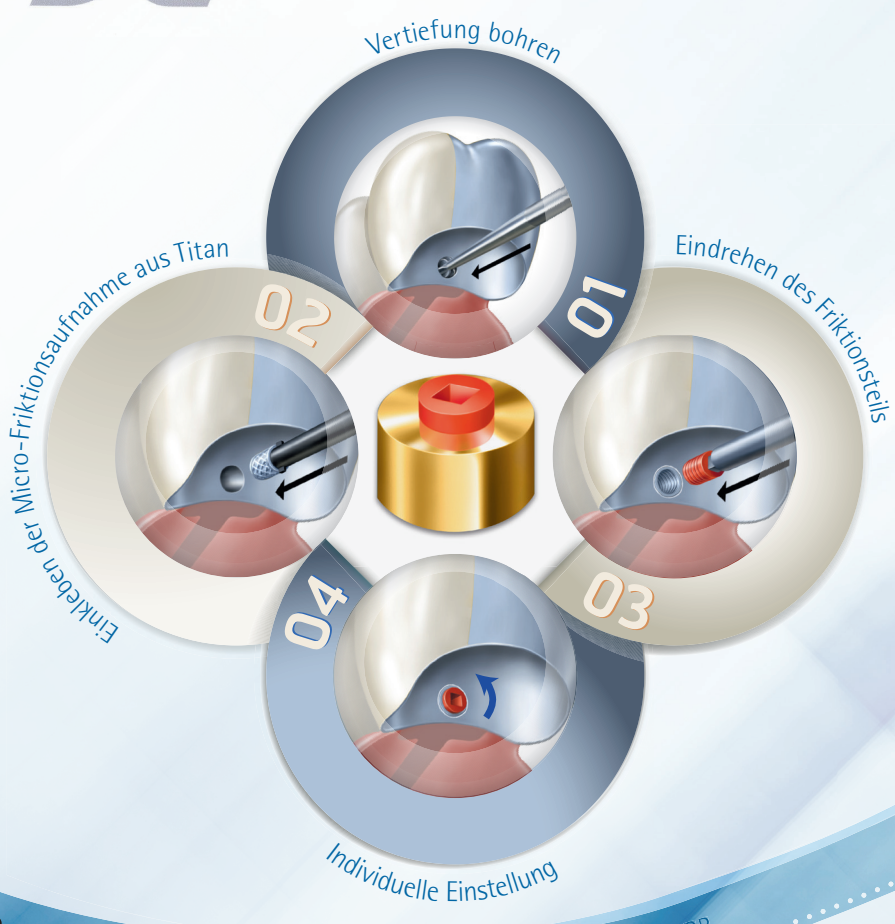
ZT Adresse

Stefan Häseli
Neuchlenstr. 44a
9200 Gossau SG
Schweiz
Tel.: +41 71 2602226
www.atelier-ct.ch
www.stefanhaeseli.ch

ANZEIGE

microtec

FRISOFT – FÜR EINE PERFEKTE FRIKTION



Mit **Frisoft** haben Sie die Möglichkeit, die Friktion bei Teleskopkronen wiederher- und individuell einzustellen. Das stufenlose Ein- und Nachstellen kann auf jeden Pfeiler abgestimmt werden.

Mit einem Durchmesser von nur 1,4 mm ist das Friktionselement nicht zu groß, und da es aus abrasionsfestem und rückstellfähigem Kunststoff mit einer Aufnahmekappe aus Titan besteht, ist es ausreichend stabil. Die Konstruktion garantiert durch ihre perfekte Abstimmung eine perfekte und dauerhafte Friktion.

Frisoft ist geeignet zum nachträglichen Einbau bei friktionsschwachen Teleskopkronen für NEM, Galvano und Edelmetall.

microtec Inh. M. Nolte
Rohrstr. 14 58093 Hagen
Tel.: +49 (0)2331 8081-0 Fax: +49 (0)2331 8081-18
info@microtec-dental.de **www.microtec-dental.de**

Weitere Informationen kostenlos unter 0800 880 4 880

VERKAUF DES STARTERSETS NUR EINMAL PRO PRAXIS / LABOR

Stempel

per Fax an +49 (0)2331 8081-18

☐ **Hiermit bestelle ich das Frisoft Starter-Set zum Preis von 169,95 €* bestehend aus:**
- 6 Friktionselemente (Kunststoff) + 2 Naturalrabatt
- 6 Micro-Friktionsaufnahmekappen (Titan) + Werkzeug (ohne Attachmentkleber)

☐ **Bitte senden Sie mir kostenloses Infomaterial**

*Preis zzgl. MwSt. und Versand